

OPINNÄYTETYÖ (AMK)

Liiketalous

Yrittäjyys

2017

Milla Kulmala

YHTEISÖLLISYYDEN MUODOSTUMINEN COWORKING-TILOISSA

Milla Kulmala

YHTEISÖLLISYYDEN MUODOSTUMINEN COWORKING-TILOISSA

Coworking-tilat ovat uudenlaisia työnteon paikkoja, jotka ovat lisääntyneet nopeasti vuosituhanteen vaihteen jälkeen. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Aihetta tutkittiin Turussa coworking-tila Werstaassa, jonka ydinliiketoimintaa ovat tilanvuokraus ja siihen liittyvät oheispalvelut.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltiin coworking-tilojen käyttötarkoitusta ja rakennetta, työtiloissa toimivaa yhteisöä ja sen muodostumista, sekä tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä ja keinoja yhteisöllisyyden tukemiseksi.

Työn käytännön osassa toteutettiin kymmenen teemahaastattelua, joiden avulla pyrittiin selvittämään tarpeita yhteisöllisyyden tukemisessa coworking-tilassa. Teemahaastattelujen tuloksena todettiin, että kehittämistä vaativat erityisesti tiedottaminen ja yhteisön aktivoiminen.

Työn tuloksena esitettiin Werstaalle toimenpide-ehdotuksia yhteisöllisyyden tukemiseksi. Toimenpide-ehdotukset luotiin aikaisemman tietoperustan ja haastatteluista saatujen tulosten ja kehittämisideoiden perusteella. Tärkeimmät toimenpiteet olivat ihmisten tekeminen toisilleen tutuiksi erilaisia organisatorisia alustoja ja materiaalisia suunnittelupiirteitä hyödyntäen, sekä verkoston luominen olemassa olevaa BNI-rakennetta käyttäen. Työn tulokset ovat hyödynnettävissä myös muissa samankaltaisissa coworking-tiloissa, jotka haluavat tukea työtiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä.

ASIASANAT:

coworking, coworking-tilat, yhteisölliset työtilat, yhteisöllisyys

Milla Kulmala

BUILDING COMMUNITY IN COWORKING SPACES

Coworking spaces are new types of working places that have increased rapidly since the turn of the millennium. The purpose of this thesis was to find out what is the sense of community in coworking places is and how it can be supported. The subject was studied in the coworking space Werstas that has its core business in space rental and ancillary services.

The theory approaches the subject on the basis of existing research data. The study clarifies the concept of coworking and outlines the purpose and structure of the premises. Moreover, the thesis looks into the community working in coworking spaces and discusses how it is formed. Additional focus points are the sense of community and the means of reaching it.

In the empirical part of the thesis ten theme interviews were made in purpose of finding out practical needs in forming sense of community in coworking places. As a result of the interviews was found out that support is needed especially in communications and activating the community.

As the outcome of the study development proposals were made for Werstas. Development proposals were created based on previous knowledge and by the results and development ideas from the theme interviews. The most important measures were making people familiar with each other by utilizing various organizational platforms and material design features and creating a network using BNI-structure. It is possible to utilize the outcome of the study in other similar coworking places that would like to support the sense of community.

KEYWORDS:

coworking, coworking spaces, sense of community

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 YHTEISÖLLISYYS COWORKING-TILOISSA	2
2.1 Coworking-tilat	2
2.2 Coworking-tiloissa tapahtuva yhteisöllisyys	4
2.3 Yhteisöllisyyden tukeminen	8
3 YHTEISÖLLISYYS WERSTAASSA	11
3.1 Werstas Turku	11
3.2 Teemahaastattelujen suunnittelu ja toteutus	13
3.3 Teemahaastattelujen tulokset	14
4 KEHITYSEHDOTUKSET WERSTAALLE	32
5 YHTEENVETO	35
LÄHTEET	37

1 JOHDANTO

Coworking-tilat ovat uudenlaisia työnteon paikkoja, joista itsenäistä työtä tekevät voivat vuokrata avointa ja yhteisöllistä työtilaa joustavasti. Maailmassa on tällä hetkellä lähes 14000 coworking-tilaa ja yli miljoona sellaisessa työskentelevää. Uusimmat tutkimukset osoittavat, että yhteisön rakentaminen on yksi tehokkaimmista kilpailukeinoista uusien jäsenten houkuttamiseksi coworking-tiloihin.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Lisäksi esitetään coworking-tila Werstaalle toimenpide-ehdotuksia.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään coworking-tilojen käyttötarkoitusta ja rakennetta, työtiloissa toimivaa yhteisöä ja sen muodostumista, sekä tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä ja keinoja yhteisöllisyyden tukemiseksi. Työn käytännön osassa toteutetaan teemahaastattelut Werstaan jäsenille. Teemahaastattelujen avulla pyritään selvittämään tarpeita yhteisöllisyyden tukemisessa coworking-tilassa.

Aiemman tietoperustan ja teemahaastatteluista saatujen tulosten ja kehittämisideoiden perusteella esitetään Werstaalle toimenpide-ehdotuksia, joita käyttöönottamalla se voi tukea yhteisöllisyyden muodostumista. Työn tuloksia voidaan hyödyntää samankaltaisissa ylhäältä alaspäin muodostuneissa coworking-tiloissa.

2 YHTEISÖLLISYYS COWORKING-TILOISSA

Tässä luvussa käsitellään coworking-tilojen käyttötarkoitusta ja rakennetta, työtiloissa toimivaa yhteisöä ja sen muodostumista, sekä tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä ja keinoja yhteisöllisyyden tukemiseksi.

2.1 Coworking-tilat

Käsite coworking-tila on tämän opinnäytetyön keskeinen termi. Sitä käytetään kuvaamaan erilaisia vapaasti muodostuvia työtiloja, joissa eri taustoista tuleva joukko ihmisiä työskentelee. Englanniksi käytetään usein termejä coworking ja coworking space eikä vakiintunutta suomennosta ole. Toisinaan coworking on käännetty rinnakkain työskentelyksi. Joskus tiloista puhutaan myös yhteisöllisinä työtiloina tai luovina työtiloina, joskus kulttuurikeskuksina, hubeina tai klustereina ja toisinaan vain työtiloina, työhuoneina tai toimistoina. Käsitteistö on liukuvaa ja riippuu käyttäjistään, sekä sen työtilan profiilista, johon käyttäjä itse identifioituu (Houni & Ansio 2015a, 9). Tässä opinnäytetyössä tarkoitetaan coworking-tilalla fyysistä paikkaa, josta yritykset tai yksityishenkilöt vuokraavat työskentelytilaa.

Coworking-tilat veloittavat tavallisesti kuukausittaisen vuokran tilan käytöstä ja siihen kuuluvista oheispalveluista. Näitä ovat esimerkiksi wi-fi, tulostusmahdollisuus, posti- ja aulapalvelut. Vuokralaisten ja tilan välisestä suhteesta puhutaan usein jäsenyytenä. Coworking-tiloja voivat hallinnoida yksityiset voittoa tavoittelevat yritykset tai ne voivat olla voittoa tavoittelemattomia, osuuskuntia tai julkisesti hallintoituja. Vaikka tiedon jakamista ja yhteistyötä edistetään, on tiloilla usein kaupallinen tarkoitus. (Potts & Waters-Lynch 2016, 5; Capdevila 2014, 8). Tilat voivat olla myös muodostuneet alhaalta ylöspäin yhden perustajajäsenen tai yhteistyö- ja kaveriporukoiden ympärille (Houni & Ansio 2015a, 16).

Tavallisesti coworking-tiloissa tehtävä työ on tietointensiivistä ja luovaa työtä. Tiloissa työskentelee joukko monien toimialojen ammattilaisia: eri alojen konsultteja, tutkijoita, muotoilijoita, taiteilijoita, toimittajia ja suunnittelijoita. Coworking-tiloissa työskentelevät eivät yleensä työskentele samalle työnantajalle, vaan jakavat tilaa yhdessä muiden yksinyrittäjien, freelancereiden tai mikroyritysten kanssa. Monet tekevät työtä, jota voi

tehdä missä vain kannettavan tietokoneen ja nettiyhteyden välityksellä (Houni & Ansio 2015a, 16; 64).

Vapaus työskennellä missä tahansa tarkoittaa usein eristyneisyyttä ja rajaa verkostoitumisen, yhteistyön, sekä sosiaalisen ja ammatillisen vuorovaikutuksen mahdollisuuksia (Spinuzzi 2012, 3; Moriset 2013, 5). Coworking-tilassa työskentely on yksi ratkaisu näihin itsenäisen työskentelyn haittapuoliin. Coworkies.comin julkaiseman tutkimuksen mukaan kuusi jäsentä kymmenestä valitsee coworking-tilan kasvattaakseen verkostoaan (Coworkers Survey 2016). Coworking-tilaan liittymisellä tavoitellaan usein myös työn ja vapaa-ajan erottavaa tilaa, sekä työn yhteisöllisyyttä. Lisäksi coworking-tila voi tarjota työntekijälle synergiaetuja, joita syntyy esimerkiksi yhteistyössä hankittujen työvälineiden hankkimisesta ja muiden samankaltaisten työn tekijöiden kohtaamisesta (Lappalainen & Pieniniemi 2016, 2).

Coworking-tilassa työskentelyn mahdollisia etuja:

- Kasvanut motivaatio.
- Lisääntynyt sosiaalinen vuorovaikutus.
- Ammattimainen toimitila.
- Kasvanut mahdollisuus onnekkaisiin sattumiin.
- Jaetut resurssit, kuten esimerkiksi tarvikkeet tai asiantuntemus.
- Laskeneet kustannukset.
- Kasvaneet tulot uusien työmahdollisuuksien ja verkostoitumisen ansiosta.

Coworking-tilassa työskentelyn mahdollisia haittoja:

- Liian vähän yksityisyyttä.
- Liian paljon häiriötekijöitä.
- Vääränlainen ryhmä, huono kemia.
- Tila ei kohtaa odotuksia.

(DeGuzman 2011)

Coworking-tilojen fyysiselle rakenteelle ei ole yhtä ainoaa kaavaa ja ne voivat olla oikeastaan mitä tahansa käyttäjistään riippuen. Tavallisimmin tilat koostuvat suuresta toimitalasta, joka sisältää jaettua työskentelytilaa, työpisteitä ja usein myös erillisiä pieniä työhuoneita. Lisäksi tiloissa on yhteisiä mukavuuksia, kuten säilytystilaa, neuvotteluhuoneita, yhteiskeittiöitä, kopiointi- skannaus- ja tulostusmahdollisuuksia, kahvi- ja tee-

tarjoilua, sekä muita virkistysmahdollisuuksia, kuten tapahtumatiloja, kuntosaleja, sekä suihku- ja saunatiloja. Toiset tietynlaisiin palveluihin erikoistuneet tilat tarjoavat juuri omille jäsenilleen kohdennettuja palveluita, kuten esimerkiksi 3D-tulostimia tai muistia tiedon tallennukseen. (Petch 2015, 3)

Visuaalisella ilmeellään coworking-tilat pyrkivät erottumaan perinteisestä toimistotilasta. Työtilojen sisustuksella tavoitellaan esteettistä kauneutta, persoonallisuutta ja viihtyisyyttä ja sillä pyritään vaikuttamaan työn luovuuteen ja tuottavuuteen. Tyyliään sisustus voi olla esimerkiksi kahvilamainen, kodikas, teollinen tai skandinaavinen. Monet coworking-tiloista on perustettu teollisuustilojen tai entisten kahviloiden tai puotien vanhoihin liiketiloihin (Houni & Ansio 2015a, 86-87; 106). Esimerkkejä tällaisista coworking-tiloista Turun seudulla ovat entisen VR:n konepajan ympärille rakennettu Logomo ja vastikään Turun Jugendlinnan kivijalassa toimintansa aloittanut Grundlage.

Kuten edellä todettu, coworking-tilat erottautuvat pelkistä jaetuista toimistotiloista usein eri tavoin. Merkittävin ero lienee kuitenkin siinä, että coworking-tilat keskittyvät yhteisöön ja sen tiedon jakamisen dynamiikkaan (Capdevila 2014, 5). Coworking-tilassa työskentely sekoitetaan usein perinteisen toimistohotellin avotilassa työskentelyyn. Coworking ei kuitenkaan ole pelkkä tila vaan konsepti. Avotila muokkautuu coworking-tilaksi vasta siellä olevien ihmisten kautta. Coworking-tilassa työskentelyssä on kyse identiteetistä ja ihmisten yhdessä luomasta kulttuurista, jota tila tukee. Tilassa olevien ihmisten on siis tunnettava luonnollista yhteyttä tehdä työtä yhdessä (Sundell 2015).

2.2 Coworking-tiloissa tapahtuva yhteisöllisyys

Yhteisö ja yhteisöllisyys ovat tämän työn keskeisiä termejä. Yhteisöä käsitteenä käytetään yleisnimityksenä ryhmämuodostumille, joiden perustana voivat olla taloudelliset tai alueelliset seikat, yhteiset toimet tai intressit (Lehtonen 1990, 15, 23). Yhteisöllisyydellä tarkoitetaan perinteisen sosiologisen määritelmän mukaan yhteenkuuluvuuden tunnetta (McMillan 1976, 9; Kangaspunta 2011, 38). Arkipuheessa yhteisöllisyyttä voidaan käyttää kuvaamaan ihmisten välistä yhteistyötä ja erilaisia yhteistyömuotoja (Paasivaara & Nikkilä 2010, 11). Työelämän yhteisöllisyyden taas sanotaan tukevan hyvinvointia, terveyttä, oppimista ja tuloksellisuutta (Paasivaara & Nikkilä, 2010, 5; Manka & Larjovuori 2013, 28; Lampinen ym. 2013, 78). Yhteisöllisyys työelämässä synnyttää sosiaalista pääomaa, joka vahvistaa yhteisön toimintaa, vastavuoroisuutta, luottamusta ja verkostoitumista (Manka & Larjovuori 2013, 28).

Tässä opinnäytetyössä käsitellään coworking-tilassa toimivaa työtilayhteisöä ja sen yhteisöllisyyttä. Coworking-tilan yhteisö tuo yhteen ihmisiä erilaisista taustoista ja erilaisilla elämäntyyeillä. Yhteisön muodostaa joukko eri aloilla toimivia ammattilaisia, jotka tekevät itsenäistä työtä. Coworking-tilan yhteisö on olemassa, koska kaikilla siihen kuuluvilla on tarve sekä työtilaan että yhteisöllisyyteen. Coworking-tilan yhteisö on moniammatillinen, löyhärajainen ja se perustuu työhön. Jäsenet ovat riippuvaisia yhteisistä rakenteista ja toisten olemassaolosta, eivät toisista henkilöinä. Kaikki eivät tiedä toisensa töistä tai välttämättä edes tunne toisiaan kovin hyvin. Yhteisön muodostumisen haasteena on yhteisten päämäärien puute. (Houni & Jakonen 2015, 37)

Liittyessään coworking-tilaan jäsenet eivät välttämättä erityisesti etsi yhteisöä. Kuitenkin yhteiset mielenkiinnon kohteet muiden jäsenten kanssa ovat merkittävä tekijä tilassa pysymisen kannalta. Työtilat eivät tavallisesti valikoi jäseniään mielenkiinnon kohteiden tai erikoistumisen mukaan. Luonnollinen valintaprosessi tapahtuu jäsenten toimesta, jotka kokeilevat erilaisia työtiloja ja valitsevat omiin kiinnostuksen kohteisiinsa ja budjettiinsa sopivan tilan (Capdevila 2013, 8). Tilassa toimiva yhteisö ja työtilaan yhdistetyt mielikuvat ohjaavat työtilan valintaa. Olennaista mielikuvan muodostumisessa on työtilan sijainnin ja esteettisten arvojen lisäksi millainen ammattilaisten ryhmä tilassa toimii. Tällä on merkitystä siihen millaisen yhteisön mielikuvaan ihmiset haluavat kiinnittyä ja miten se mahdollisesti tukee omaa työtä (Houni & Ansio 2015b).

Yhteisöllisyyden perustana on jaettu tila. Jaettu tila ohjaa jäsenet neuvottelemaan tilaan liittyvistä yhteisistä asioista, kuten tilankäytön säännöistä ja rakenteista. Työtilojen jäsenet osallistuvat usein yhteiseen suljettuun ryhmään, kuten esimerkiksi Facebook-yhteisöön. Yhteisöllisyyden rakentumiseen liittyy myös voimakkaasti sosiaalinen ulottuvuus. Jäsenet juttelevat yhdessä arjen ja työn asioista. He jakavat yhteisiä aterioita, kuten aamiaisia, lounaita ja kahvihetkiä. Toisinaan tiloissa myös juhliitaan. Juhlat saattavat olla asiakasjuhlia, teemajuhlia tai vapaamuotoista yhdessäoloa. Jäsenet saattavat jakaa myös yhteisiä arvoja, kuten esimerkiksi ekologisuuden. Yhteiset arvot sitovat jäseniä pysymään työtiloissa. (Houni & Ansio 2015a, 190-191)

Toiset tekevät myös yhteistä työtä. Verkkolehti Deskmagin vuonna 2017 julkaiseman vuosittaisen maailmanlaajuisen coworking-tutkimuksen mukaan jopa 71% työtiloissa työskentelevistä on tehnyt yhteistyötä viimeisen 12 kuukauden aikana. Useille coworking-tiloissa työskentely ei kuitenkaan tarkoita tiimeissä työskentelyä (kuvio 1). Kolme neljäsosaa jäsenistä tekee yhteistyötä pienen työtehtävän muodossa. Se on ylivoimaisesti suosituin yhteistyön muoto. 42% toimii kumppanina projekteissa ilman sopimusta.

Virallisemmat yhteistyön muodot eivät ole yhtä suosittuja. Toisinaan jäsenet kuitenkin tekevät myös sopimuksia projekteista, palkkaavat työntekijöitä, sekä perustavat yrityksiä tai muuten harjoittavat uutta liiketoimintaa.



Kuvio 1. Jäsenten tekemä yhteistyön muoto viimeisen 12kk sisällä. (The Global Coworking Survey 2017)

Työtiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä kuvaavat jäsenten odotukset muita tilassa työskenteleviä kohtaan. Vuonna 2016 julkaistun maailmanlaajuisen coworking-tutkimuksen (kuvio 2) mukaan kolme neljäsosaa jäsenistä odottaa small talkia, joten he etsivät sosiaalista yhteisöä. Lähes seitsemän jäsentä kymmenestä tahtoo jakaa tietoa muiden jäsenten kanssa ja nauttia toisten seurasta. Noin puolet jäsenistä odottaa uusien työ- ja projektimahdollisuuksien jakamista, kontaktien jakamista ja nopeaa apua esimerkiksi teknisiin ongelmiin.



Kuvio 2. Jäsenten odotukset muilta jäseniltä. (The Global Coworking Survey 2016)

Myös Spinuzzi (2015, 16-17) toteaa, että tilan itsessään tarjoamien etujen lisäksi, jäsenet odottavat muilta tilassa työskenteleviltä tiettyjä asioita. Näitä ovat esimerkiksi vuorovaikutus, luottamus, palaute, rohkaisu ja oppimismahdollisuudet. Jäsenten odotuksissa on yksi huomioitava eroavaisuus. Toiset jäsenistä odottavat työtilaan liittyessään työskentelevänsä rinnakkain ja toiset yhteistyössä. Yhteistyön tekeminen coworking-tiloissa on Spinuzzin havaintojen mukaan yleisempää yritysmarkkinointia harjoittavien jäsenten keskuudessa ja rinnakkain työskentely asiakaspalvelutehtävissä toimivien jäsenten keskuudessa.

Mitä coworking-tilojen jäsenet tekevät yhdessä:

- Jakavat tilaa.
- Neuvottelevat tilaan liittyvistä säännöistä ja huolehtivat tilaan liittyvistä asioista.
- Juttelevat työn ja arjen asioista.
- Pyytävät ja saavat apua.
- Tekevät yhteistyötä.
- Jakavat yhteisiä aterioita.
- Juhlivat yhdessä.
- Jakavat yhteisiä arvoja.
- Osallistuvat suljettuihin ryhmiin.
- Osallistuvat työtilan brändin rakentamiseen.
- Toteuttavat ihannetta yhteisöllisyydestä.

(Houni & Ansio 2015a, 190-191)

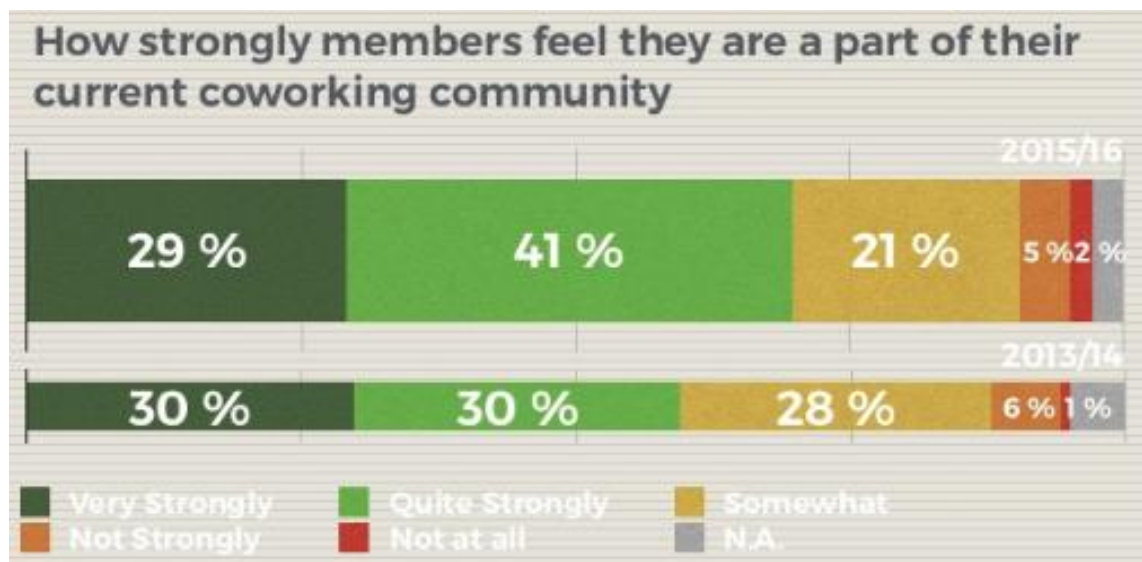
Monille coworking-tila ei ole vain itseä varten, vaan yhteisöllisyys korostuu. Työtilojen jäsenet osallistuvat työtilan brändin rakentamiseen puhumalla yhteisöstä ulkopuolisille. Jäsenet toteuttavat ihannetta yhteisöllisyydestä, mutta sen haasteena ovat yhteisten kosketuspintojen puute, löyhä sitoutuminen ja jäsenten vaihtuvuus (Houni & Ansio 2015a, 190). Työtilan yhteisössä voidaan havaita erilaisia yhteisöllisyyden kerroksia, sillä tilassa pidempään työskennelleet muodostavat tiiviimmän joukon kuin hiljattain tulleet. Yhteisöön on kuitenkin mahdollista asettua lyhyessäkin ajassa (Houni & Ansio 2015a, 192).

Tällainen yhteisöllisyys ei ole samanlaista kuin ennen. Coworking-tilan yhteisöä voidaan pitää tyypillisenä esimerkkinä aikamme valintaperusteisesta, yksilöllistyneestä yhteisöllisyydestä, jolla ilmennetään sitoutumista samanhenkisiin ihmisiin, yksilöllistä

elämäntapaa ja esteettisiä pyrkimyksiä (Houni & Ansio 2015a, 192). Kohtaamiset ovat usein lyhytkestoisempia ja pinnallisempia ja yhteisöt ovat väliaikaisia, esimerkiksi yhden projektin ajan kestäviä. On tyypillistä, että yhteisöllisyyttä syntyy vain silloin, kun siitä on jotain hyötyä ja yhteisöllisyys nähdään yhtenä tuotannontekijänä. Työyhteisöjä voi olla myös enemmän kuin ennen ja usein työn eri osa-alueisiin liittyvät yhteisöt muodostavat työyhteisöjen kudelman, jonka osan coworking-tilan yhteisö muodostaa (Lappalainen & Pieniniemi 2016, 2).

2.3 Yhteisöllisyyden tukeminen

Coworking-tilat mainostavat itseään usein membership community –käsitteellä (Spinuzzi 2012, 7-13). Yhteisöllisyyttä pyritään tukemaan työtilojen toimesta usein eri keinoin. Vaikka coworking-tilat olisivat innokkaita luomaan eläväisen yhteisön, ovat tulokset epätasaisia. Joissakin tiloissa tunne jäsenyydestä ja samaistumisesta yhteisöön on vahva, kun taas toiset vastaavat käytännön tarpeeseen toimistotiloina. Verkko-lehti Deskmagin vuonna 2016 julkaiseman maailmanlaajuisen coworking-tutkimuksen (kuvio 3) mukaan yhteensä 70% coworking-tilojen jäsenistä tuntee todella vahvasti (29%) tai melko vahvasti (41%) olevansa osa tämänhetkistä työyhteisöään.



Kuvio 3. Kuinka vahvasti työtilojen jäsenet tuntevat olevansa osa nykyistä coworking-yhteisöään. (The Global Coworking Survey 2016)

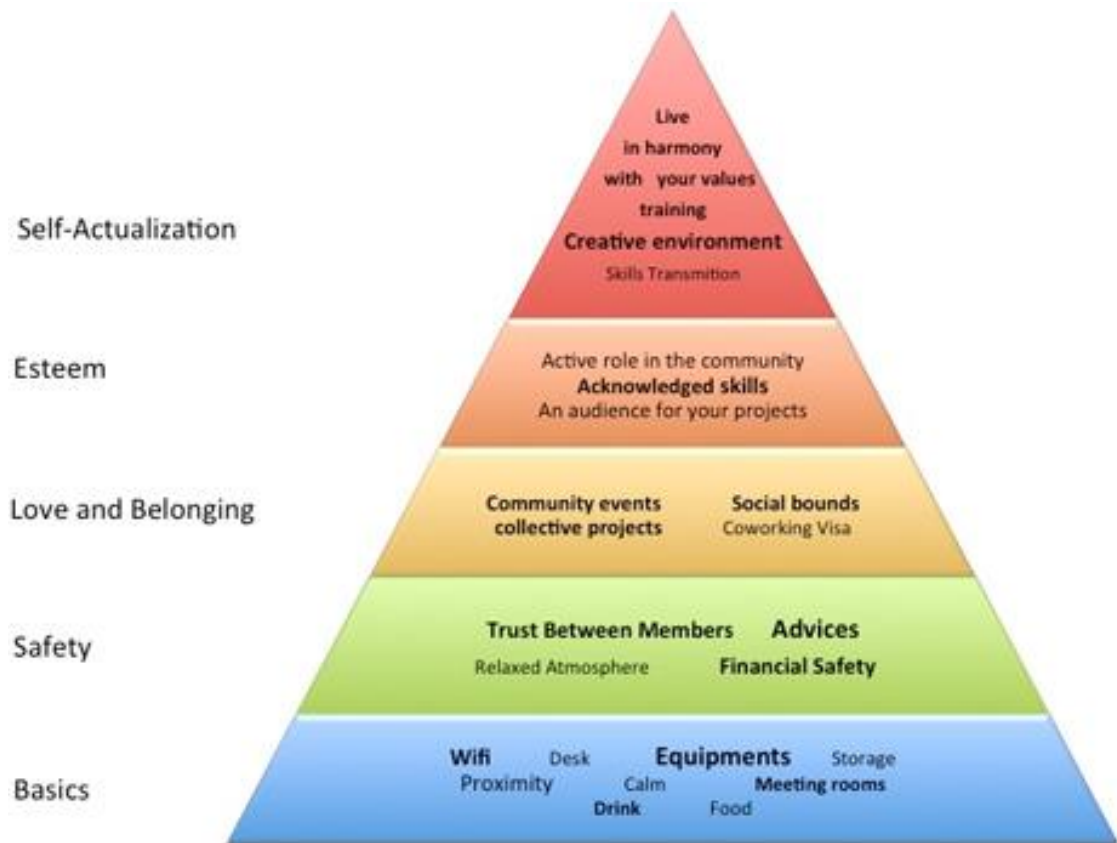
Yhteisöllisyyttä ja sosiaalista osallistumista coworking-tiloissa tavoitellaan tavallisesti erilaisten organisatoristen alustojen avulla. Ne voivat olla esimerkiksi sisäisiä yhteisö-

palveluita, tapahtumia, uutiskirjeitä ja ihmisiä, jotka toimivat hosteina. Hostit pitävät huolta sosiaalisesta verkostosta, järjestelevät henkilökohtaisia esittelyjä ja edistävät ammatillista yhteistyötä samanmielisten tai toisiaan täydentävien toimijoiden kesken yhteisössä. Myös materiaalistien suunnittelupiirteiden, kuten julkisesti esillä olevien valkotaulujen, inspiroivien mietelauseiden, digitaalisten seinälle heijastettujen keskustelualustojen, omaleimaisen taiteen ja tilavien keittiöiden avulla coworking-tilat rohkaisevat sosiaalista vuorovaikutusta ja viestivät tilan merkitystä ja käyttötarkoitusta jäsenille. (Waters-Lynch ym. 2016, 10)

Tapahtumien rooli yhteisöllisyyden tukemisessa on merkittävä. Toiset coworking-tilat vuokraavat kaikki toimitilansa toimistotuntien jälkeen yritystapahtumille. Tällä tavalla yhteisö pysyy dynaamisena vieraspuhujien, workshopien ja esitelmien ansiosta. Tiloissa järjestetyt tapahtumat voivat olla avoimia yleisölle, jolloin ne tarjoavat jäsenille mahdollisuuden päästä käsiksi työtilan ulkopuoliseen tietoon. Myös työtilat itse järjestävät tapahtumia. Ne voivat olla julkisia esityksiä, näyttelyitä, showroomeja, pitchauksia tai kilpailuja, joissa jäsenten kehittämät tuotteet ja palvelut pääsevät esille ja saavat näkyvyyttä mahdollisilta asiakkailta, kumppaneilta ja työntekijöiltä (Capdevila 2013, 10). Jopa seitsemän jäsentä kymmenestä on ilmoittanut tavanneensa muiden jäsenten kanssa ensimmäistä kertaa työtilan järjestämissä tapahtumissa (Coworkers survey 2016).

Työtilassa järjestetyt tapahtumat, luennot, tilan fyysinen design, kuvaileva kieli ja valikoidut valokuvat edustavat kyseisen tilan kohderyhmää (Waters & Lynch ym. 2016, 49). Coworking-tilan brändillä on yhteys yhteisöllisyyden muodostumiseen, sillä työtilaan liitetyt mielikuvat vaikuttavat siihen millainen yhteisö työtilaan rakentuu. Jälleen tilassa toimiva yhteisö ohjaa työtilan valintaa, sillä on olennaista millaisen yhteisön mielikuvaan halutaan kiinnittyä. Joillakin coworking-tiloilla on tietty intressi ja ammatillinen fokus ja toiset vähitellen erikoistuvat tietyille aloille. Työtilat voivat keskittyä esimerkiksi internet-startupeihin, sosiaaliin innovaatioihin tai designiin (Capdevila 2013, 8).

Yhteisöllisyyttä rakentaessa kannattaa lähteä liikkeelle perusasioista. Eric Van den Broek (2011) soveltaa Maslow'n tarvehierarkiaa coworking-tilojen jäsenten tarpeiden määrittämisessä (kuvio 4). Van den Broek esittää, että saavuttaakseen jäsenten korkeampia tarpeita, tulee työtilojen ensin huolehtia pyramidin alaosassa olevista perustarpeista ja edetä askel kerrallaan. Toisin sanoen ei kannata järjestää joogatunteja ennen kuin tilat toimivat moitteettomasti.



Kuvio 4. Coworking-pyramidi. (Van den Broek 2011)

Huomioitavaa kuitenkin on, että vaikka kaikki työkalut yhteisön rakentamiseen olisivatkin kunnossa, coworking-tilan yhteisön muodostuminen ei ole itsestään selvää eivätkä kaikki tilat muodosta dynaamista osaamisyhteisöä. Hostit voivat kyllä parantaa kommunikaatiota jäsenten kesken ja muutkin elementit, kuten huonekalujen ja tilan asetus, sekä kommunikaatioapuvälineet voivat johtaa sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Kuitenkin yhteisöllisyyden muodostuminen voidaan käsittää loogiseksi yhteenliittymäksi ja autonomiaksi pikemmin kuin suunnitelluksi malliksi. Vaikka yhteisöllisyyttä voidaan vaalia ja tukea, on coworking-tilan työtilayhteisön muodostuminen riippuvainen sen jäsenten sitoutuneisuudesta. (Capdevila 2013, 6)

3 YHTEISÖLLISYYS WERSTAASSA

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Aihetta tutkittiin coworking-tila Werstaassa Turussa. Seuraavassa esitellään Werstas ja käydään läpi prosessi haastattelujen suunnitteluun ja toteutukseen liittyen. Lopuksi haastattelujen tulokset esitellään teemoittain ja niiden pohjalta esitetään kehitysehdotuksia Werstaalle.

3.1 Werstas Turku

Vuonna 2015 toimintansa aloittanut Werstas on yksi Turun uusimmista coworking-tiloista. Werstaan ydinliiketoimintaa ovat tilanvuokraus ja siihen liittyvät oheispalvelut. Werstaassa on toimitiloja 3000 neliötä ja siellä työskentelee päivittäin arviolta 300 henkilöä sadassa eri yrityksessä. Werstaaseen astuivat ensimmäiset yrittäjät marraskuussa 2015, kun toimitilat Paratiisi ja Post-apokalyptinen maailma valmistuivat. Toimitilat saivat jatkoa heinäkuun 2016 alussa, kun laajennusosa Jääkausi avattiin. Werstas sijaitsee Turun Kupittaalla ElectroCityssä Turku Science Parkissa. Alue nähdään innovatiivisena ja alati kasvavana tutkimuslaitosten ja liike-elämän keskittymänä erityisenä fokuksenaan ict- ja bioalat. Werstasta hallinnoi Turun TeknologiaKiinteistöt Oy.

Werstaasta on mahdollista vuokrata työpisteitä tai työhuoneita kuukausi kerrallaan. Jäsenyydet on tehty joustaviksi kuukauden irtisanomisajalla. Työtilat soveltuvat startupeille ja jo pidempään toimineille yrityksille, mutta myös freelancereille ja erilaisille palveluntuottajille. Tällä hetkellä jäsenyydet jakautuvat siten, että työhuoneiden vuokralaisia on noin 85 ja työpistejäsenyyksiä eli jaetuissa tiloissa työskenteleviä noin 25. Werstaassa toimivien yritysten ja yhteisöjen toimintaa tukevat erilaiset palvelut postituksesta videoneuvotteluihin, edustustiloihin ja hiljaisiin huoneisiin. Konseptiin kuuluvat myös muun muassa aulapalvelut, kahvilat ja kulunvalvonta. Werstaan tavoitteena ei ole olla asiakkailleen ainoastaan seinät vaan palvelukokonaisuus - toimistoympäristö, joka on tehty asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Tahtotila ilmaistaan Werstaan nettisivuilla (werstasturku.fi 2017) seuraavasti:

Werstas on uusi tapa tehdä työtä. Tila, joka inspiroi, houkuttelee ja yllättää. Yhteisö, joka jakaa kokemuksia, oppii ja kasvaa. Työkaverit, joiden kanssa itkeä ja nauraa. Naapuripöydän ihminen, jolta kysyä kirjoitetaanko yhdyssana yhteen vai erikseen. Uusi jäsen, joka tarvitsee juuri sinun yrityksesi tekemät nettisivut.

Werstas tarjoaa jäsenilleen yhteisöllisen tilan ja palvelut, jotka helpottavat jokaisen siellä työskentelevän arkea. Wi-Fin, kahvin ja aulapalveluiden lisäksi Werstaasta löytyy neuvottelutiloja, hiljaisia huoneita ja työkahviloita sekä rentoon oleiluun sopivia sohvia. Jäsenet voivat aloittaa aamunsa joogalla tai infrapunasauunalla, unohtaa tulostusongelmat ja järjestää oman tapahtumansa Werstaan näytävissä tiloissa.

Olipa kyseessä sitten startup, freelancer, etätyöntekijä tai jo vakiintunut yritys, hurmaa Werstas jäsenensä jo ensimmäisestä käynnistä lähtien.

Werstaan työtilojen yhteisöä ja tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä tukemaan on nimetty kaksi Werstas-hostia, jotka toimivat päätoimisesti muissa työtehtävissä Turun Teknologiakiinteistöillä. Hostien tavoitteena on tunnistaa synergiaa jäsenten välillä, saada jäsenet törmäämään toisiinsa ja luoda yhteisöllisyyttä esimerkiksi tapahtumia järjestämällä. Werstas-hostit vastaavat myös vuokralaisten kysymyksiin ja heidät kutsutaan apuun ongelmatilanteissa. Hosteilla ei ole Werstaan tiloissa omaa työhuonetta, mutta he käyvät työtiloissa päivittäin ja työskentelevät siellä vaihtelevasti noin kerran viikossa tai useammin.

Yhteisöllistämiseen on Werstaassa kiinnostusta ja se on myös yrityksellä tavoitteena. Toiveena hosteilla olisi pystyä järjestämään vielä nykyistä enemmän, mutta ajanpuute tuo uuden luomiseen omat haasteensa. Marko Mäenpää, toinen Werstas-hosteista luonnehtii tilannetta seuraavasti:

Varmasti voin sanoa, että ei tähän olla jäämässä, jos vaan keksitään mikä se suunta on. Ei oo ketään, kuka painaisi jarrua siinä. Meillä kyllä ihan ylimmästä johdosta asti kannustetaan ja nimenomaan halutaan tätä.

Yllä olevia tietoja varten on haastateltu Werstas-hosteja Noora Kalliota ja Marko Mäenpäää Turun Teknologiakiinteistöiltä. Kallio toimii Turun Teknologiakiinteistöillä markkinointiasiantuntijana ja Mäenpää palveluasiantuntijana. Lisäksi tietoja on täydennetty werstasturku.fi verkkosivustolta.

3.2 Teemahaastattelujen suunnittelu ja toteutus

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä ja teemahaastattelut syvällisen, kuvailevan tiedon saamiseksi. Haastattelua käytetään aineistonkeruumenetelmänä, kun halutaan korostaa yksilöä tutkimusrakenteen subjektina. Haastattelussa yksilöllä on mahdollisuus tuoda esille itseään koskevia asioita mahdollisimman vapaasti. Kehittämiskohteen ollessa vähän tutkittu, on haastattelulla mahdollista saada kerätyksi aineistoa, joka avaa uusia näkökulmia. (Ojasalo ym. 2014, 106)

Työn tavoitteena oli selvittää mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Tavoitetta lähestyttiin teemahaastattelujen avulla. Haastattelujen teemat valikoituivat teoriaosioista esille nousseiden tekijöiden perusteella. Coworking-tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä tarkastellaan tässä työssä seuraavista näkökulmista:

- Jaettu tila yhteisöllisyyden luojana
- Työn yhteisöllinen ulottuvuus
- Sosiaalinen ulottuvuus työtiloissa
- Tunne jäsenyydestä ja samaistumisesta yhteisöön
- Tapahtumat
- Tiedottaminen yhteisöllistämisen tukena
- Yhteisöön kiinnittyminen ja brändin rakentamiseen osallistuminen

Työn tutkimuksellinen osio toteutettiin yllä olevien teemojen mukaisesti johdateltuina ryhmä- ja yksilöhaastatteluina. Haastattelut toteutettiin Werstaan työtiloissa kevään 2017 aikana. Haastateltavaksi valittiin Werstaan jäseniä satunnaisesti Werstas-treffeillä tai spontaanien kohtaamisten kautta Werstaan jaetuissa työtiloissa. Haastateltavia oli yhteensä kymmenen, joista yhdeksällä oli erillinen vuokrattu toimistotila ja yhdellä työpistejäsenyys. Kaikki haastattelut äänitettiin, litteroitiin ja koodattiin. Lopuksi haastattelut analysoitiin tyypittelyn ja teemoittelun pohjalta. Haastattelut esitetään tekstissä anonymoineina. Lisäksi työssä on hyödynnetty avoimia työtiloissa käytyjä keskusteluja. Haastattelujen tulokset esitellään seuraavassa teemoittain ja niiden pohjalta esitetään kehitysehdotuksia Werstaalle.

3.3 Teemahaastattelujen tulokset

Jaettu tila yhteisöllisyyden luoja

Työtilayhteisön muodostumisen lähtökohtana on jaettu fyysinen tila. Jaettu tila ohjaa jäsenet neuvottelemaan tilan käytön säännöistä ja rakenteista ja huolehtimaan tilaan liittyvistä yhteisistä asioista. Yhteisöllisyyttä voidaan tavoitella myös materiaalistien suunnittelupiirteiden avulla.

Werstaan tilat sijaitsevat kahdessa kerroksessa. Ne koostuvat omista erillisistä työhuoneista, jaetuista työskentelytiloista ja yhteiskeittiöistä. Lisäksi jäsenten käytävissä on neuvotteluhuoneita ja hiljaisia huoneita. Yhteisöllisempään työskentelyyn ja työpistejäsenille sopivia keittiöitä ja työskentelykahviloita on useampia. Työpistejäsentien käytössä on avara yhteistila, jossa on työpisteitä. Kahden kerroksen väliin tapahtumakahvilan yhteyteen on rakennettu portaikko, joka toimii tapahtumatilana ja se on myös jäsenten varattavissa omiin tilaisuuksiin. Werstaan kellarikerroksessa on infrapunasauna. Tilat on sisustettu teemoittain ja ne rohkaisevat vuorovaikutukseen rennolla kahvilanomaisella tunnelmallaan. Työhuoneiden ovet ovat pääsääntöisesti lasia eikä niihin sallita teippauksia.

Haastatellut kertovat käyttävänsä työskentelyyn pääsääntöisesti vuokraamaansa toimistotilaa, mikäli sellainen on. Vähemmistö jäsenistä, työpistejäsenet, työskentelevät aina jaetuissa työtiloissa. Myös osa työhuoneellisista kertoo toisinaan hyödyntävänsä jaettua tilaa työskentelyyn:

H2: No kyl joskus tulee. Esimerkiks just mm-hiihdot mis sä olit ottanut läppäriin niin kyllähän niit välillä tulee sit tilanteita et sä otat koneen ja tuut tähän naputteen tai muuta et kyl mä odotan et toi yläkerran terassi aukee ja arska alkaa paistaa ja sinne koneen kans.

Työtilojen merkitys yhteisöllisyyden rakentumisessa nousee erityisesti esille työn ulkopuolella taukoja pidettäessä. Jaettuja tiloja käytetään ruokailuun, kahvitteluun ja oleiluun. Jäsenet ruokailevat kukin omilla tahoillaan vaihtelevasti joko korttelin ravintoloissa tai jaetussa keittiötilassa. Yhteiskeittiö ja sen ympärille rakennettu tapahtumakahvila ovat Werstaan jäsenten suosiossa. Kaikki haastatellut ovat pääsääntöisesti tyytyväisiä yhteisiin tiloihin ja käyttävät niitä työnteon välillä. Jaettuja tiloja luonnehditaan seuraavasti:

H7: Joo siis tilat on mun mielestä tosi hyviä et niinku aina ku nytki tossa näet niin tossa ollaan. Se on tosi mukava et täs pystyy syödä, täs pystyy hengaa, joskus vaan niinku joku on tullu tänne juomaan kahvii. Niinku sellanen kahvitapaaminen tässä, et se on, mun mielestä tilat on tosi hyvät. Et siis ei oo minkäänlaista valittamista.

Werstaan kohtaamispaikoista puhuttaessa haastatellut ovat sitä mieltä, että eniten verkostoitumista tapahtuu kahvikoneen äärellä. Toisille kahvikoneella käydyt sananvaihdot edustavat ainoaa päivittäistä vuorovaikutusta muiden jäsenten kanssa. Kahviautomaatin merkitys yhteisöllisyyden tukemisessa toistuu jokaisessa haastattelussa:

H1: Eiku se on, sinne ku menee kahvia hakemaan ni siin yleensä tulee sanoja vaihdettuu ei täällä juuri muutakaan. Tulostimelleki ku menee ni harvemmin sieläkään jonoa on. H4: Kahviautomaatilla kestää se kupin tuleminen sen verran kauan et siin ehtii jonkinlainen jono muodostuu. H3: Viisi sekuntia voi kulua. H1: Sit ku siinä ehtii sen muutaman sanan vaihtamaan ni sit siihen voi tulla kolmas sanoo jotain ja sit siin on viiden minuutin keskustelut jo.

Werstaan kellarikerroksessa on jäsenten vapaasti käytettävissä oleva infrapunasauna, pukuhuone, kuivauskaappeja ja huone, jossa on muutama joogamatto. Monet jäsenistä eivät ole käyneet kellarikerroksessa tai tiedä sen sijainnista, eikä kukaan haastatelluista kerro käyttävänsä harrastetiloja yhdessä muiden jäsenten kanssa. Niin ikään infrapunasaunan käyttöön ei ole havaittavissa kiinnostusta:

H7: Se kerrottiin kyl ku tultiin tänne, mut ei se oo tullu niinku ajatuksenakaan et sinne vois mennä. Ei oo tullut mitään ajatusta siitä yhtään. Onks sellasta olemassa, et jengi käy saunomassa?

Enemmistö haastatelluista ei ole kiinnostunut viettämään Werstaan tiloissa vapaa-aikaa. Toisaalta tämänhetkisiä harraste- ja vapaa-ajantiloja ei edes nähdä mielenkiintoisina. Muutamassa keskustelussa nousee esille toiveita yhteisten harraste- ja vapaa-ajantilojen kehittämisestä. Toiveissa ovat kuntosali, perinteinen sauna ja pelihuone:

H10: Voishan sitä, tai ei sitä tiä ku ei oo ollu. Noit jotain harrastustiloja vois olla mis pystyis oikeen tekemään jotain, pelaamaan jotain. Jotain pingistä tai sen tyyppistä. Jotain sellasta vois olla tos taukotilois.

H9: Siis toi on tosi suuri pettymys tiedäks, että täällä ei oo kuntosalia. Et se on niinku kaikki oikeestaan niinku löytyy, mut täällä ei oo kuntosalia. Mut se ois tota, se ois kiva.

Tilaan liittyvistä asioista neuvotellaan yhdessä muiden jäsenten kanssa. Siisteydestä huolehtiminen ja tilojen toimintaongelmat, sekä niistä koettu yhteisvastuu synnyttävät sananvaihtoa, kun toisia informoidaan tilanteesta ja tieto korjaustarpeesta hoidetaan

eteenpäin. Tilaan liittyvistä yhteisistä asioista neuvottelua Werstaassa kuvataan seuraavasti:

H10: No siisteydestä joo, joskus. Joskus porukka jättää noit tiskei tonne vaikei se kuuluis siivoojille ni se ärsyttää aina. Siin pitäis kaikkien tietää ne pelisäännöt. Ehkä niit ei oo tarpeeks hyvin vaan kerrottu sitte. Ja sit aina jos on joku ongelma ni sitte. Mut sit jos kaikki menee hyvin ni ei sit tuu mitään puhuttuu. Ja sit jostain ilmastoinneista ja muista.



Kuva 1. Post-apokalyptinen maailma. Yhteiskeittiö.

Työn yhteisöllinen ulottuvuus

Jäsenet tekevät tiloissa ensisijaisesti omaa työtään. Toiset tekevät myös yhteistyötä. Coworking-tila tarjoaa kasvaneen mahdollisuuden onnekkaisiin sattumiin, kun eri alojen ammattilaiset työskentelevät saman katon alla. Tiloista voidaan löytää asiakkaita omille tuotteille ja palveluille. Lisäksi työtilan yhteisö ja kohtaamiset muiden ammattilaisten kanssa tarjoavat jäsenille alustan kasvattavaa omaa osaamista.

Enemmistö haastatelluista on tehnyt Werstaassa jonkinasteista yhteistyötä pienissä määrin. Jotkut ovat palkanneet henkilöitä markkinointiin tai kirjanpitoon. Osa haastatel-

luista kertoo myös löytäneensä asiakkaita. Kasvanutta mahdollisuutta onnekkaisiin sattumiin kuvaa hyvin seuraava haastattelun keskeyttänyt tilanne:

H4: Tää on yhteisöllisyyttä (kävelee käyntikortin kanssa takaisin pöytään). Teiän kaverit käy täällä tai mä käyn kysymässä heiltä, he on täällä ja sit tulee maininta ohimennen et tos on kirjanpitotoimisto. Mä oon kiroillu et mistä mä saan kirjanpitäjän mun omaa, mul on harrastustoimintaa varten pientä liiketoimintaa. Mä teen sitä viikonloppusin iltasin ja nyt mä sain käyntikortin kirjanpitäjälle. Mun ei tarvi enää raahata sitä tonne ympäri kaupunkia, kun mä laitan sen tonne. Tää on yhteisöllisyyttä. Se oli hyvä.

Werstaan jäsenillä on yleisesti ottaen kiinnostusta tehdä enemmän yhteistyötä. Haastellut eivät kerro etsivänsä yhteistyötä aktiivisesti, sillä he keskittyvät enemmän omaan tekemiseensä. Yhteistyön aktivointiin kaivataan kuitenkin Werstaalta tukea:

H5: Tääl on aika vähä, et sais enemmän olla. Mut millä sitä aktivoidaan ni se on se oikeestaan se kysymys. Et jollain taval niinku se synergia puuttuu. Et miten mä voisin auttaa sua tai sä voisit auttaa mua.

Erityistä yhteistyön tyyppiä ei nouse keskusteluissa esille vaan jäsenet ovat avoimia kaikenlaisille uusille mahdollisuuksille; sekä asiakkuuksille että yhteistyökumppanuuksille:

H7: Ihan mitä vaan tavallaan. Näitä tällaisia tilaisuuksia tulee et huomaa hei täs on mahdollista tehdä jotain yhdessä. Olisko se sitte asiakkaalle tai asiakkaana tai yhteistyötä niin ihan sama. Mut ne tilaisuudet tulee siitä, että puhuu muiden kanssa. Ja et niinku siinä vois tehdä vaikka mitä. Ja varmaan yksinkertaisin juttu on se et laittaa infoo kun tämmösii juttuja järjestetään.

Yhteistyökuviot synnyttävät toisinaan myös pidempikestoisia kumppanuuksia. Jäsenistä, jotka ovat alun perin olleet asiakkaita voi tulla yhteistyökumppaneita tai jopa kavereita:

H5: Tietyl taval aina mennään asiakas silmissä, mut sit totanoin huomaa et nää on kavereita, et näähän on niinku yhteistyökumppaneita. Tai niist tulee kavereita.

Jäsenten kokemukset oman osaamisen kasvamisesta tiloissa toimivan yhteisön myötä vaihtelevat. Kaikki eivät koe yhteisön kasvattaneen omaa osaamista. Toiset ovat saaneet uutta tietoa oman osaamisalueen ulkopuolelta:

H1: Kyl mulla ainakin tuli silloin alkuaikoina kun x-yrityksen porukka oli tossa niin mä aika paljon opin ymmärtämään enemmän tost noin niinkun internet-teknologiasta ja siihen rakennetuista noista kaikista systeemeistä ja muista, kun ne tossa huuteli esimerkiks noit Googlen hakuja, et miten noi kaikki toimii ja kuin paljo maksaa jokainen klikkaus, kun pistetään mainos johonkin, et ku ne on kaikki niinku maksupohjaisia ja muuta ni ei mul ollu mitään käsitystä siitä.

Werstaan työympäristö ja eri yritysten kanssa toimiminen johtavat ajattelemaan asioita ja kyseenalaistamaan omia toimintatapoja. Werstas koetaan näköalapaikkana uusille kehittyville ja perinteisestä poikkeaville toimintamuodoille:

H8: Ehkä sellasta, että just kun teen yritysviestintää, niin täällä kuulee sellasista pienistä yrityksistä, jotka ei oo ihan, ei kaikki oo pieniä, mutta on myös sellasia, että voi kuulla jotain uusista, yritysten tavasta toimia ja pysyn siis tavallaan ajan hermolla siinä mitä nykyään, minkälaisia yrityksiä on ja minkälaisia muotoja yritykset ottaa. Täällä on ehkä sen tyyppisiä yrityksiä, jotka ei ehkä toimi ihan niinku perinteinen yritys. Eli siis jonkinlaisia toimintamuotoja, joita kehitellään. Et siinä mielessä tässä on kyllä ihan hyvällä paikalla kyl kuulemassa sellasista.

Suurin osa haastateltavista on pyytänyt ja saanut apua, sekä auttanut itse muita. Jäsenet kokevat, että apua saa tarvittaessa helposti. Apua tarvitaan esimerkiksi erilaisiin teknisiin ongelmiin tietokoneiden tai tulostimien kanssa. Samankaltaisia intressipiirejä jakavat yritykset voivat löytää myös yhteisiä tarpeita, joista molemmat osapuolet hyötyvät:

H3: Me ollaan tos yläkerras oltu ku ei tähän enää mahdu ni meil on se mobiili ni tuol on kyl muutama sellanen enemmän niinku jolla on Tekes-rahoituksen tarvetta ja semmosta niinku. Niitten kans ollaan kolme sieltä ainaki vähä niinku samoja intressipiirejä ku meillä, et on voitu esimerkiks niinku ihan Tekes-hakemuksen hakemista käydä keskenämme läpi. Et jos se voi niinku auttaa niinku mä siinä Tekes-hakemukses ni todella saatiin molemmat me voitiin auttaa heitä ja he meitä ja hyödyttiin siitä ihan tuhansien eurojen arvosta niinku hetkessä.

Jäsenet eivät kuitenkaan välttämättä tunne toisiaan niin hyvin, että tietäisivät mistä apua kannattaa hakea:

H2: Kyl täs muutama on käynyt multa kysymäs jotain liittyvää asiaa niin tota on ollu ihan mielenkiintosiiki ihan lyhkäsii kysymyksii mitä on selvittäny ni kokee, et tietyl taval, mut tottakai se vaatii aikaa et ihmiset oppii tunteen sut, et mitä sä teet. Et sitä se vaan, enemmän verkostoitumista, verkostoitumista.

Toisinaan apua tarvitaan myös arkisten asioiden lisäksi jäsenten omaan ammatilliseen osaamisalaan liittyen. Usein tehdään palvelus palveluksesta. Toiset kokevat tämän toimintatavan ongelmallisena, sillä omasta osaamisesta pitäisi saada rahallinen korvaus:

H6: Juu, oon pyytänyt apua ja saanut apua. Softaan liittyvää. Tietynlaista yleis-osaamista. Tietenkin, jos joku tulee kysymään, et onks sulla osaamista tähän hommaan ni mä sanon et juu ja sit pitäis saada rahaaki jostain ni tässä on se ongelma, et se on palvelus palveluksesta. Toisaalta jos ne on nopeita hommii ni kyllä.



Kuva 2. Neuvottelutiloja.

Sosiaalinen ulottuvuus työtiloissa

Yhteisöllisyyden tukemiseen liittyy myös sosiaalinen ulottuvuus, joka ei liity suoraan itse työn tekemiseen. Rento ja salliva ilmapiiri kannustaa työtilan jäseniä sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Werstaassa rentoa ilmapiiriä tavoitellaan siten, että päivittäisissä pikkuasioissa ja tapahtumissa pyritään olemaan hyvin epämuodollisia. Tarkoituksena on, että kaikki tunsivat toisensa työkavereiksi.

Werstaan jäsenet kokevat sosiaalisen vuorovaikutuksen olevan merkittävässä roolissa mitä tulee työtiloissa työskentelyn mielekkyyteen:

H1: Kyl se on aika isossa roolissa just keskusteltiin, ku kaks vuottaki on tehny niin ku silloin ku ei oo asiakkaan luona ja kotoota tekee töitä ni kyl se kyl nytteki mä olisin voinu koko päivän olla kotona tekemässä töitä, et se on ihan sama kummas mä teen mut kyl vaan kummasti sit tänne tuli mielummin.

Toiset jäsenet ovat hyvinkin aktiivisia ja houkuttelevat toisia mukaan. Haastateltujen mukaan muiden jäsenten innokkuus vuorovaikutukseen vaihtelee:

H1: Se on nimenomaan siit henkilöstä kii et jotkut on tossa ja morjestaa ja hiljaa ja kävelee äkkiä pois ja jotkut vaihtaa muutaman sanan ja jotkut jää ihan oikeesti juttelemaan. Et kyl mä pyrin tossa aina sanomaan muutaman sanan ja koittaa hiukan aistii tunnelmaa et minkä tyylistä ihmistä täällä on liikkeellä.

Muiden kanssa puhutaan pääasiassa työhön liittyvistä asioista. Muutama jäsenistä kertoo juttelemansa myös arjen asioista ja mainitsee löytäneensä tiloista samanhenkistä seuraa:

H9: No tota onhan se kiva tauolla jutella jonkun kanssa. Mut sanotaan näin myös, et työrauha on säilynyt, että ei oo koko ajan joku kyselemässä jotain, et myös näin päin. No ainaki kaks naista mitkä harrastaa koiria ni sen suhteen ollaan koirista puhuttu.

Haastatellut kokevat ilmapiirin työtiloissa olevan perushyvä. Toiset kertovat tervehtivänsä aina, mutta vastauksia tulee enemmän tai vähemmän. Kolme haastateltua kuvaa ilmapiiriä tyypillisenä suomalaisena. Ilmapiiriä kuvaillaan neutraalisti sanoilla hyvä, mukava, rauhallinen ja keskittynyt, eikä se aiheuta haastatelluissa erityisemmin tunteuksia suuntaan tai toiseen:

H10: Perushyvä. Perussuomalaisii nää on kaikki. Aina tervehditään ja muuta. Jotkut enemmän ja jotkut vähemmän mut ei se niinku mikään negatiivinen ainaakaan oo. Aika tämmöstä normaalia toimistoelämää. Aika paljo noi on kaikki omis- sa oloissaan. Käyttää keittiötä vaan silloin ku ne hakee tuolt jotain ja tervehtii ku tulee vastaan mut eipä juuri mitään erikoisempaa.

Werstaan jäsenet ovat tyytyväisiä siihen, että tunnelma työtiloissa on sellainen, että muille voi halutessaan puhua, mutta ihmiset eivät tuppaa seuraan ja tiloissa on aina työrauha:

H8: Mukava, että täällä on sellanen olo, että voi puhua ihmisille. Täällä voi kysellä asioita, mutta toisaalta mulle sopii myös tosi hyvin se, että ihmiset ei kauheesti niinku tuppaa seuraan vaan saa sit olla rauhassa, koska muutenhan jos tässä koko ajan joku tulis jututtaa ni eihän ne työt sitten etenis, että se on hyväkin et menee just näin.

Haastatteluista nousee esille, että se millaisia yrityksiä tiloissa toimii vaikuttaa yhteisöllisyyden muodostumiseen ja koko yhteisön koettuun aktiivisuuteen:

H1: Tää on muutenkin aika paljon nyt rauhottunut tää homma. Tääl oli viime vuonna tosi hyvä meno silloin ku x-yrityksen porukat oli et tääl oli silloin meno ja vauhtia ku niil oli kolme eri konttorii tos niil oli lasiluukut auki ja ne huuteli sielt toisilleen sit ne koko ajan ravas tääl ja niil oli sellanen nuorekas niinku rento yrittäjämeinkin ni silloin tääl oli niinku paljo enemmän liikettä et kyl tääl nykyään kyl tääl aika haudanhiljaista on ku tääl kävelee.



Kuva 3. Jääkausi. Jaettua työskentelytilaa.

Tunne jäsenyydestä ja samaistumisesta yhteisöön

Työtilan yhteisö on moniammatillinen ja löyhärajainen. Pidempään tiloissa työskennelleet muodostavat tiiviimmän joukon kuin hiljattain tulleet. Tunnetta yhteisöön kuulumisesta ja yhteisöllisyydestä lisäävät muiden kanssa jaetut arvot. Werstas pyrkii toiminnassaan läpinäkyvyyteen ja noudattaa Turun Teknologiakiinteistöjen virallisia arvoja, jotka ovat innovatiivisuus, avoimuus, vastuullisuus ja positiivisuus.

Monet haastatelluista kertovat tuntevansa joitakin lähinaapureita. Suurin kynnyskysymys yhteisöllisyyden muodostumisessa tuntuu olevan se, että toisia ei yksinkertaisesti tunneta tarpeeksi. Koska jäsenet eivät tunne toisiaan hyvin tai tiedä toistensa töistä, myös sisäinen suosittelukulttuuri puuttuu. Tunnetta jäsenyydestä kuvataan seuraavasti:

H10: Joo ja ei. Tässä on ehkä nää lähinaapurit ja tämmöset tuntee jo aika hyvin tai morotetaan tos ku aina menee mut ei mul oo mitään hajuu mitä tuol alhaalla on. Ja sit meil on se Facebook-ryhmä mut ei siel mitään tapahdu koskaan et. Et ei se ihan niin hyvä vielä oo mitä se varmaan ois olla. Tietäis toinen toisestaan tietäis kaikki ketä tääl tekee mitäki tekee ja mitä ne tarjoa et osais suositellaki sitä et sellanen suosittelukulttuuri ainaki puuttuu ihan täysin.

Toiset näkevät yhteisön jakautuneen eri yritysten muodostamiin omiin porukoihin, jotka kohtaavat toisia vain lyhyesti kohteliaisuuden tasolla eikä tunnetta jäsenyydestä koko työtilassa toimivaan yhteisöön koeta. Tätä ei välttämättä kuitenkaan nähdä ongelmana:

H8: No en kauheesti kyl koe sillä tavalla. Kyl musta täällä on sillä tavalla selkeesti eri yritysten omat porukat, jotka sitte just lyhyesti kohtaa kohteliaisuuden tasolla mikä on must ihan hyvä et ihan sopiiki.

Arvoja jaetaan muiden jäsenten kanssa melko vaihtelevasti. Yhteenkuuluvuuden tunne ja samaistuminen yhteisöön yrittäjinä nousee esille selkeimpänä yhdistävänä tekijänä jäsenten välillä:

H6: Yrittäjät on kaikki innostuneita omasta. En mä tiedä onko kaikki startup yrittäjät samanlaisia, kaikki on innostuneita omasta. Sellanen positiivinen ilmapiiri. Apua saa jos sitä pyytää.

Myös samankaltainen työskentelytyyli yhdistää useita Werstaan jäseniä. Työtä luonnehtivat ketteryys ja nomadimaisuus, monet tekevät myös etätyötä:

H8: Varmaan ehkä semmonen tietynlainen mä koen et on ehkä sellanen ketteryys just että voi tehdä, nomadimaisuus, että voi tehdä missä vaan ja moni tekee varmaan niinkun etätöitä niinku mäki koen että mä voin tehdä mun työtä missä tahansa, että sillä paikalla ei oo mitään merkitystä, että suurin osa tapahtuu puhelimen ja sähköpostin välityksellä.

Monet haastatelluista eivät tiedä minkälaisia arvoja muilla tiloissa työskentelevillä on. Ajatukseen Werstaan takana samaistutaan jossain määrin, mutta kuitenkin koetaan, että viesti ei ole tullut perille:

H7: Mul ei oo mitään hajuu minkälaisia arvoja muilla täällä on ku en oo tutustunu sillee. Tavallaan on tosi tosi vaikee sanoo. Siinä avaimenperässä oli joku slogan, se ei nyt heti tuu mieleen joku dreams... Work for your dreams. Se on ihan, siis paikka on tosi mukava ja huomaa, et tässä on paljon hyvää ajatusta sen takana. Mut jotenki niinku tuntuu et se viesti ei oo ehkä ihan tullu perille. Siin mun mielestä vois just niinku vähä panostaa.

Ekologisuus nousee Werstaan tilaratkaisujen ja kierrätysmahdollisuuksien kautta esille yhdessä muiden kanssa jaettuna arvona. Koetaan myös, että tiloissa työskentely myös kannustaa toimimaan ekologisesti:

H3: No kyl oikeesti kyl niinku se et me valittiin tolle yhdelle tilaisuudelle nyt ku meil tuli vieraita niin se oli ekologisuus. Tää vihreys oli se valinta miksi tässä. Liittyen nyt tähän mitä me tehdään. H2: Varmaan sitten tää tilaratkaisut että esimerkiksi tuol on nää niinku kierrätys- paperinkierrätyslaatikot ja muut niin tottakai se johtaa siihen et kaikki alkaa toimimaan niin.



Kuva 4. Neuvottelutila.

Tapahtumat

Tiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä pyritään lisäämään erilaisten tapahtumien avulla. Werstaassa ainoa vakituisesti talon puolesta järjestettävä tapahtuma on torstaisin järjestettävä Werstas-treffit. Werstas-treffit on jäsenten yhteinen tapaaminen, joka on järjestetty esimerkiksi kahvittelun, aamupuuron tai tilojen esittelykierroksen merkeissä. Muita tapahtumia järjestetään satunnaisesti. Turun Teknologiakiinteistöt järjestää kaikelle yleisölle avoimia tapahtumia, joihin myös Werstaan jäsenet kutsutaan. Toisinaan Werstaan tiloissa järjestetään myös yritysten omia asiakastilaisuuksia ja juhlia.

Enemmistö haastatelluista on yleisesti ottaen kiinnostunut osallistumaan Werstaassa järjestettyihin tapahtumiin. Monet kuitenkin korostavat, että ovat tulleet tiloihin tekemään töitä. Omat työt menevät tapahtumien edelle ja ajanpuute tuo osallistumiseen haasteita:

H1: Mut se on niinku hirveen hankala tääl se yhteisöllisyys asia et se ku on ihan oikeesti kiire töissä ja sit et jos saa sellasen hetken et tääl on ja pystyy siihen kaleriini sen tekeen ni kyl sen sit voi hyvin tehdä et se ei oo siitä tunnista kii tai puolesta tunnista kiinni, mielellään tulee. Sit jos on jotain asiakkaitten ja muitten

kans sovittu tai sit jos on asiakkaitten luona ni se on hirvittävän hankala osallistuu niihin. Et kyl se työ ajaa kuitenkin tällaisissa asioissa edelle.

Toiset kokevat, että tapahtumia järjestetään nykyisellään riittävästi. Monet kuitenkin toivovat tapahtumien järjestämiseen lisää aktiivisuutta. Erityisesti tapahtumista tiedottaminen nähdään puutteellisena. Toisinaan siis syy tapahtumiin osallistumatta jättämiseen on ollut yksinkertaisesti informaation puute:

H7: Siis mun mielestä täs vois, täs olis potentiaalia tehdä vaikka mitä mut en mä näe et mitään sellasta olis tehty. Ja mitä mä oon ymmärtäny ni täs on joskus ollut jonkinlaista tapahtumaaki, mut kyllä aika huonosti on tullu infoo kaikista tämmösistä. Näkyny joskus et tääl tapahtuu jotain mut ei niinku mitään infoo tullu tällasista et sillai aika niinku heikosti. Silloin ku tääl oli ne hiihtokisat ni silloin täs oli kisastudio. Et se oli niinku mukava nähdä et semmosta tapahtuu, mut viel parempi jos tulis niinku infoo siitä, että olis niinku oikeesti mahdollisuus nähdä muita.

Tapahtumiin halutaan osallistua, jos ne sopivat omiin kiinnostuksen kohteisiin tai harrastuksiin ja jos niistä on liiketoiminnallista hyötyä. Rennot, lounas-aamupalatyypiset kokoontumiset, joissa on nopea ohjelma ja jonkin verran verkostoitumista nähdään mielekkäinä ja helppoina osallistua. Sisältöön toivotaan jotain yrityksiin liittyvää, kuten erilaisia esittelyjä, puhujia tai esiintyjiä:

H10: Sen takii niit Werstas-treffeit pidetään mut ei siel sit taas oo käynyt niin paljoo et tutustuttais enemmän. Sitä vois parantaa jotenkin. Noit on kaikkii noit yritysyryhmii BNI ja muita tapaamisii ni vois vähä viedä pidemmälle sitä. Semmonen, et niinku ihmiset haluis osallistuu siihen kerran viikos. Niis BNI ryhmis yleensä on just se aamupala tai lounas siin yhtenä tekijänä ku ne kokoontuu kerran viikos. Et sen treffin vois viedä jotenki siihen suuntaan et se oliski joku lounas tai aamupala kerran viikos. Jengi tulis ehkä paremmin sinne. Sit siel ois joku tietty runko ehkä yks yritys.

Lisäksi vapaamuotoisempi verkostoituminen ja yhteinen ajanvietto, kuten ulkoilu, juhlat ja erilaiset reissut esimerkiksi yritysvierailujen muodossa kiinnostavat. Monet jäsenistä toivovat työn ja vapaa-ajan yhdistävää tekemistä:

H10: Mut sit reissuja tottakai on kiva lähtee mukaan jos on joku yritysvierailu tai sit lähetään käymään jossain porukassa. Semmoset on aina hauskoja. No ihan vuokrataan minibussi ja lähetään käymään täs Turun ympäristös tai Helsingis tai mis tahansa jossain yritykses tai sit se voi olla joku ulkoilujuttu tai joku aktiviteetti, ne on ihan hauskoja. Vaik frisbeegolfaamaan tai golfaamaan tai, ja kaikki pystyy tekemään. Sit siel voi joku kisa olla ja. Tai sit vaik pikkujoulut tai kesäjuhlat. Tämmösii normaali, tämmösii yritysten juttui. Vähä niinku olis, leikkis et tää olis yks yritys ja me oltais työntekijöitä. Werstas vois vähän samalla tavalla kohdella meitä.

Toiset eivät ole kiinnostuneet lainkaan työn ja vapaa-ajan yhdistävistä tapahtumista vaan kaipaavat ainoastaan asiasisältöä ja sitäkin valikoivasti tai ei ollenkaan:

H8: Aika vähän mä huomaan, että en tiedä minkälainen sen tilaisuuden pitäis olla että siitä olis kauheesti hyötyä. Kyl se enemmän sit olis jotain asiasisältöä. En mä usko, että mä ihan vaan tulisin niinku kahvittelemaan, että pitäis olla joku sit syy. Jonku niinkun, mulla on kuitenkin aika lyhyt työpäivä toi kuus tuntia niin useimmiten pitää olla hyvä syy poiketa siitä, että ei tee töitä. Ei tuu oikeen mieleen mitään sellasta tarkkaa. Tietenki jos selkeesti liittyy yritysviestintään se nyt olis ihan. Nyt olin esimerkiksi ku toi Tekes järjesti asiakkuusseminaarin ni menin heti kuuntelemaan, että tällaiset jotku asiantuntija puhumassa on hyvä esiintyjä jolla on jotain sanottavaa, niin kyllähän sellanen on aika kiinnostava. Mua ei kyl jotenki sellanen (vapaa-ajantapahtumat) sit taas innosta. Mul on lähinnä tosiaan muutenki aika kortilla ni tuntuu että kyl mä sen työajan haluan pitää työaikana.



Kuva 5. Tapahtumapaikkana toimiva portaikko.

Tiedottaminen yhteisöllistämisen tukena

Yhteisöllistämisen tukena voidaan käyttää erilaisia organisatorisia alustoja, kuten esimerkiksi uutiskirjeitä, omia suljettuja yhteisöjä tai tilassa fyysisesti olevia elementtejä, kuten ilmoitustauluja. Werstaan virallinen tiedottamisen kanava on Turun Teknologia-kiinteistöjen uutiskirje, josta jäsenet voivat liittyä heille kohdistettuun tiedoteryhmään. Werstaalla on jäsenille oma suljettu Facebook-ryhmä, sekä tilit yleisimmissä sosiaalisissa medioissa. Ajankohtaisia asioita ja yritysesittelyjä päivitetään Werstaan verkkosivuille. Fyysisissä tiloissa tiedottamisen tukena toimivat aulojen sähköistämättömät yri-

tyslistaukset, sekä iso näyttö, jossa pyörii muutamia mainoksia, mutta joka ei muuten ole aktiivisesti käytössä.

Enemmistö jäsenistä käyttää Werstaan uutiskirjettä pääasiallisena informaation vastaanoton välineenä ja pitää sitä hyvänä keinona tiedottaa työtilan asioista. Muutama haastatelluista ei ole uutiskirjeen olemassaolosta tietoinen. Tiedottamista kaivataan pääsääntöisesti huomattavasti enemmän ja uutiskirjeen sisältöön toivotaan selkeyttä:

H2: Mut taas semmonen asia et tota varmaan niinku pitäis enemmän infota et kuka tekee, missä tekee ja mitä tekee. H1: Se et tietää etukäteen et jos on tossa konttoripäivä ja tohon tulee joku hulinatilaisuus niin jää pois ja tekee vaikka kotoa tai jotain muuta. Joku hyvä tämmönen viikkotiedotehomma esimerkiksi sähköpostiin. H3: Ihan oikeesti vaikka joku opiskelija tekis jonkun sisäisen markkinoinnin projektin tässä.

Werstaslaisten suljettuun Facebook-ryhmään osallistuminen on vaihtelevaa. Osa ei henkilökohtaisesti käytä palvelua ollenkaan ja kaikki eivät tiedä yhteisön olemassaolosta. Jäsenet käyttävät ryhmää pääsääntöisesti tilaan liittyviin kysymyksiin ja kommentteihin tai joskus mainostaakseen oman yrityksensä tuotteita tai palveluita, mutta kanavaa ei koeta kovin tehokkaana. Muilta yrityksiltä kaivataan yhteisössä lisää aktiivisuutta:

H10: Se on se Facebook-ryhmä oikeestaan. Uutiskirjeet tulee, mut Werstaalt ei tuu omii et se on lähinnä Teknologia kiinteistöjen et siin on vähä kaikkee muutakin mikä ei niin kosketa aina. Se on se Facebook-kanava, sieltä aika hyvin tavottaa, sinne tulee ilmoitukset ja muut. Se on paras. Ollaan me siel jotain yritetty mä oon sinne jotain mainosta laittanut jos mul on joku koulutus ollut tai muuta. Aika vähän siel tapahtuu. Enemmänkin saisi yritykset sinne huudella itsestään ja palveluistaan tai mitä tahansa.

Haastatellut ovat halukkaita käyttämään muiden tiloissa toimivien jäsenten tarjoamia tuotteita ja palveluita. Kun tarve tulee, tiedon halutaan olevan helposti saatavilla. Tässä korostuu informaation saatavuus ja siihen toivotaan Werstaalta nykyistä enemmän tukea:

H2: Sit kuitenkin se on aika paljon niinku kuitenkin jos mietitään verkostoitumista ni se lähtee siitä et on joku tarve johonki palveluun et se on niinku tarvekohtasta et se perustuu siihen et pitäis olla vaan informaatio et siitä et nyt ku mä tarvin jotain ni tosta mä löydän läheltä sitä apua.

Lähes jokaisessa haastattelussa nousee esille tarve jonkinlaiseen yrityslistaukseen, josta käy ilmi mitä yrityksiä Werstaassa työskentelee. Toiveena esitetään yritysesitykset verkkosivuille:

H10: Joku sellanen yrityslistaus vois olla hyvä et näkis mitä yrityksii tääl on ja mitä ne tekee. Oisko ne siel Werstaan nettisivuilla sit tai jossain. Semmonen, ni vois sielt vähä niinku urkkii. Nyt ei niinku oo semmosta missään. Tuol rappukäytäväis lukee vaan nimi mut ei mitään muuta. Joku sellanen infopläjäys vois olla jossain.

Verkkosivujen lisäksi yritysesittelyjä ja yritysten tiedot sisältävää interaktiivista opaste-
taulua kaivataan Werstaan fyysisiin tiloihin. Jäsenet toivovat, että taulusta näkisi mui-
den yritysten tiedot ja sijainnin:

H3: Tai sit se livetaulu. H2: Et tämmöst näin mun mielestä jatkuvaa tiedottamista.
H3: Jatkuva on hyvä sana. H2: Silloin ku tulee se tarve niin sit tietää, et hetko-
nen, mä oon nähnyt täällä jossain, joku paikka mistä sä saat nopeesti haettua,
että kuka teki tällai ja tätä asiaa.

Werstaan tapahtumakahvilan screenejä toivotaan hyödynnettävän enemmän talon si-
säisessä markkinoinnissa esimerkiksi eri yritysten toiminnasta kertomiseen:

H2: Täällähän on hyvii tällasia screenejä joissa kiertää tekstit. Esimerkiks tohon
info. Pienet nopeet infot, toiki ruutu voi olla jaettu vaikka neljään. Siitähän sä
bongaat et tuolla huoneessa tehdään tätä ja tuo tekee tätä niin silloin se tahatto-
masti jää mieleen.

Haastatteluista nousee toistamiseen esille, että Werstaan toivottaisiin osallistuvan
enemmän tiloissa työskentelevien yritysten toiminnasta tiedottamiseen yhteisön sisällä.
Potentiaalia nähdään esimerkiksi sosiaalisen median käytössä:

H2: Kuin hienoo se on ku oikeesti tää yhteisö pystyy antaan sulle viel kaikista
eniten sitä mitä sä tarvit elikkä niitä asiakkaita, kauppaa ja työtä. Et täs olis niinku
hirveen iso potentiaali. Ja kyl mä näen sitte taas et paljo paremminhan pystyis
käyttään esimerkiks sosiaalista mediaa tai mitä tahansa näissä ku vaan kiertäis
ja tekis esittelyjä yrityksistä ni kyllähän siel. Se just on et nytte taas se et tietyl ta-
val tarvittais se yks henkilö joka kehittäis näitä kaikkia ja muodostais sitä.



6. Post-apokalyptinen maailma. Työpisteitä.

Yhteisöön kiinnittyminen ja brändin rakentamiseen osallistuminen

Työtilassa toimiva yhteisö ja siihen yhdistetyt mielikuvat ohjaavat työtilan valintaa. Si-
jainnin ja esteettisten arvojen lisäksi on olennaista millainen ammattilaisten ryhmä ti-
loissa toimii. Tällä on merkitystä millaisen yhteisön mielikuvaan halutaan kiinnittyä ja
miten se tukee omaa työtä. Työtilan brändin rakentamiseen osallistutaan puhumalla
yhteisöstä ulkopuolisille. Werstaassa pyritään värikkyydellä ja avoimuudella luomaan
positiivista, houkuttelevaa ja nuorekasta mielikuvaa. Werstas sijaitsee Turun Kupittaalla
Turku Science Parkin alueella, joka nähdään voimakkaasti kasvavana liike-elämän
keskittymänä. Werstaan toimistotilat ovat tällä hetkellä täynnä ja niihin on jonotuslista.

Enemmistö haastatelluista ei ole valinnut työtilaa ensisijaisesti tilassa toimivan yhteisön
vuoksi. Werstaan tilat ja fasilitteetit koetaan ensisijaisena vetovoimatekijänä ja yhteisöl-
lisyys lisäetuna:

H10: Kyl se jonkin verran vaikutti mut tää on tilana tosi viimesen päälle. Mielum-
min mä olen tääl tää on niinku verrattuna muihin samanhintasiin tai vähä edulli-
sempiin ni on tää paljo paremmas kunnos kun nää uudet ja muuta se vaikuttaa.
Asiakkaita on kiva tuoda tänne ku on hyvät tilat ja siistit ja viimesen pääl noi

neukkarit. ni lähinnä se vaikutti mitä asiakkaat sanoo ja semmonen mis ite tykkää työskennellä et sinne pitää olla mukava lähtee aina aamusin lähtee kävellen tuolta toiselta puolelta turkuu jaksaa sen puol tuntii kävellä aina ja avata sen koneen mielummin ku jäis kotiin tekemään. Et en mä usko et ei se yhteisöllisyys kuitenkaan niin paljo merkannut. Kyl mä tiesin tai se on niinku hyvä plussa et tääl on niinku samanhenkisii yrityksii paljon. Tottakai se vaikuttaa.

Useissa haastatteluissa nousee kuitenkin esille, että tyhjää toimitilaa olisi ollut muuallakin tarjolla eikä sitä ole vaikea löytää, mutta yhteisöllisyys on ohjannut toimitilan valintaa:

H4: Mä tulin tänne just sen takii et tääl on ihmisiä. Aina ei oo tarpeen eikä jaksaa eikä kerkii jutellakaan ihmisten kans. Mut sit meil oli ennen toimisto Kaarinas se oli hallis sit sä olit yksin siel. Mut tänne oli sillai kiva tulla et tääl oli ihmisii et näkee vähä muitaki naamoja ku noita työkavereita vaikka aika paljo tuol kopis viettääki aikaa.

Kupittaa alueena vetää tällä hetkellä hyvin ja ympäristö nähdään innovatiivisena ja alati kasvavana. Yhteisön valintaa ja sen mielikuvaan kiinnittymistä ohjaavat myös alueellinen imago ja samantyyppisessä yhteisössä toimiminen:

H2: Tottakai sit tulee tää alueellinen et mikä tääl on tämmönen niinku innovatiivinen ja startuppei ja tämmönen niin kyllähän sentyyppinen toiminta nostaa myöski sitä alueen imagoo et toimii niinku samantyyppises yhteisös. Kyl mä näen et tietyllä tavalla sieltäki tulee sitä.

Werstaan jäsenet osallistuvat jossakin määrin työtilan brändin rakentamiseen puhumalla työtiloista ja tiloissa toimivista yrityksistä ulkopuolisille:

H2: No kyllähän niinku tota varmaan jos tollasia adjektiiveja hakee niin asiantuntija, tääl on paljo niinku asiantuntijapalveluita ja kyllähän tää profiloituu myöski tällaseks hi-tech-ympäristös myöski. Kyllä aika paljon sit ne kyselee minkälainen se ympäristö on. Mitä mä kerron ni se on helppo vaivaton täyden palvelun talo. Kyllä sillä imagolla mikä siitä on ni se on hirveen tärkeä osa sitä kokonaisuutta.

Kuitenkaan tiloissa toimivasta yhteisöstä ei tule varsinaisesti erityisemmin vielä puhuttua, sillä koetaan, että kiinteää yhteisöä Werstaan sisällä ei ole vielä muodostunut:

H2: Ehkä sitä ei viel tuu et sitä ei oo muodostunu ihan niin täysin sitä semmosta yhteisöllisyyttä just niinku silloin puhuttiin. Kuitenki vaik täs on näitä ni kuitenkin ollaan tuol omis kopeissamme aika tiukasti. Täällähän on paljon niinku hienoja ajatuksia ollu myöskin miten on jaettu kaikkia Werstas-avaimenperää ja Werstas-tarroja ja muuta et sä saat niinku näyttää et sä oot werstaslainen. Et sillä tavalla niinku hienoja ideoita alkuun et mikä on se tota et miten voi tuoda niinku sitä esille mut sit vielä niinku se ei kuitenkaan meistä ei oo muodostunu semmosta niinku yhteisöä.



7. Toisen kerroksen jaettua työskentelytilaa.

Yhteenveto haastatteluista

Haastattelujen perusteella Werstaan fyysiset tilat koetaan miellyttävinä ja toimivina ja niissä vietetään aikaa taukojen aikana. Erityisesti kahvikone nousee kohtaamispaikkana toistuvasti esille. Toiset käyttävät jaettuja tiloja myös työskentelyyn silloin tällöin. Suuri osa jäsenistä on tehnyt yhteistyötä pienissä määrin, mutta innokkuutta yhteistyön tekemiseen olisi enemmän. Siihen kaivataan tukea Werstaalta. Enemmistö on pyytänyt ja saanut apua, sekä auttanut itse muita jäseniä. Jäsenet kokevat, että apua saa tarvittaessa helposti, mutta eivät kuitenkaan aina tunne toisia niin hyvin, että tietäisivät mistä apua kannattaa hakea.

Sosiaalinen vuorovaikutus on merkittävässä roolissa mitä tulee tiloissa työskentelyn mielekkyyteen. Ilmapiirin koetaan olevan perushyvä, rauhallinen ja keskittynyt. Jäsenet ovat tyytyväisiä, että muille voi jutella, mutta tiloissa on työrauha. Monet tuntevat joitakin lähinaapureita, mutta yleisesti ottaen muita tunnetaan tai heidän töistään tiedetään melko huonosti. Koska toisia ei erityisemmin tunneta, sisäinen suosittelukulttuuri puut-

tuu. Muiden kanssa koetaan yhteenkuuluvuutta yrittäjinä ja ekologisuus arvona nousee esille Werstaan tilaratkaisujen kautta.

Jäsenet ovat yleisesti ottaen kiinnostuneita osallistumaan Werstaan järjestämiin tapahtumiin, mutta haasteita siihen tuovat ajan ja informaation puute. Tapahtumiin toivotaan työn ja vapaa-ajan yhdistävää toimintaa, sekä omaan työhön liittyviä asioita. Tiedottamista kaivataan yhteisöllistämisen tueksi huomattavasti enemmän esimerkiksi tapahtumista tiedottamisen, yritysesittelyjen, opastetaulun ja sosiaalisen median muodossa.

Werstaan tilat ja palvelut ovat olleet pääasiallinen syy toimitilojen valintaan, mutta yhteisöllisyys koetaan lisäetuna ja se on ohjannut toimitilan valintaa. Alueellinen imago ja samantyyppisessä yhteisössä toimiminen nähdään positiivisena. Työtiloista ja siellä toimivista yrityksistä saatetaan toisinaan puhua työtilan ulkopuolisille, mutta yhteisöstä ei, sillä koetaan, että kiinteää yhteisöä Werstaan sisällä ei ole vielä muodostunut.

Kuvituskuvat Werstaan omaisuutta. Käytetty Werstaan luvalla.

4 KEHITYSEHDOTUKSET WERSTAALLE

Tässä opinnäytetyössä selvitettiin mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Seuraavassa käydään läpi selvityksen pohjalta tehdyt kehitysehdotukset Werstaalle.

Werstaan toiminta kokonaisuudessaan on ollut alle kaksi vuotta käynnissä ja yhteisöllisyys on vasta rakentumassa. Haastattelut osoittavat tarpeen toimenpiteille, jotta jäsenistä saadaan muodostettua aktiivinen, kaikille osapuolille hyötyä tuottava yhteisö. Kehittämistä vaativat erityisesti tiedottaminen ja yhteisön aktivoiminen. Ehdotan yhteisöllisyyden tukemiseksi seuraavanlaista kolmen askeleen mallia:

1. Ihmisten täytyy tuntea toisensa, tietää keitä muita tiloissa toimii ja mitä yritykset tekevät. Tehdään ihmiset toisilleen tutuiksi.
2. Etsitään yhteisöstä aktiiviset toimijat. Luodaan sisäisen suosittelun verkosto. Hyödynnetään olemassa olevaa BNI-rakennetta: muodostetaan BNI Werstas.
3. Yhteisö on muodostunut, verkosto pyörittää itse itseään ja kasvaa. Jäsenillä on halu toimia aktiivisesti koko yhteisön hyväksi samalla itse hyötyen.

1. Tehdään jäsenet toisilleen tutuiksi

Ensimmäinen askel yhteisöllisyyden kehittämisessä on ihmisten tekeminen toisilleen tutuiksi. Ihmisten täytyy tuntea toisensa ja tietää toistensa töistä, jotta yhteisöllisyyttä voi muodostua. Törmäytetään jäsenet seuraavin keinoin:

- Lisätään Werstaan tiloihin kosketusnäyttölinen opastetaulu esimerkiksi tapahtumakahvilan yhteyteen. Opastetaulu näyttää yritysten sijainnit ja yhteystiedot, mahdollisesti lyhyet esittelyt.
- Muokataan verkkosivuja yritysystävällisemmiksi. Lisätään werstasturku.fi-sivustolle välilehti ”yritykset”. Tehdään yrityslistausta logoineen, joiden alle lyhyet esittelyt yrityksistä ja yritysten yhteystiedot. Lisätään myös välilehti ”vuokralaisille” tai ”jäsenille”. Tämän alle ajankohtainen tieto jäsenille suunnatuista tapahtumista, yleisistä ohjeista ja yhteystiedoista, sekä esimerkiksi tieto kiinteistöön liittyvistä poikkeustilanteista.

- Hyödynnetään tapahtumakahvilan screenejä tehokkaammin. Yrityksille tarjotaan aktiivisesti mahdollisuutta saada omat mainokset screenille maksutta tai pientä korvausta vastaan. Screeneille viikoittain tieto tulevan viikon tapahtumista sisältöineen.
- Panostetaan tapahtumista tiedottamiseen. Viikoittainen tiedote sähköpostiin. Uutiskirjeen sisältöön selkeyttä ja lisää kalenteriin –linkki. Tapahtumista tiedottamiseen vakiinnutetaan paikka nettisivuille. Ajatellaan ekologisesti, mutta perinteinen paperinen kutsu toimistoihin ja yhteisiin tiloihin jaettavaksi voi toisinaan olla hyvä ajatus.
- Järjestetään tapahtumia enemmän ja monipuolisemmin. Kohdellaan vuokralaisia kuin suuren yrityksen työntekijöitä: järjestetään kesäjuhlat, pikkujoulut ja lähdetään porukalla jokilaivoille. Tarjotaan yrityksille mahdollisuutta osallistua yhteisille reissuille, tehdään esimerkiksi yritysvierailuja lähialueille. Järjestetään jäsenten toimialoihin liittyviä asiantuntijaluentoja. Järjestetään tapahtumia yhteistyössä vuokralaisten kanssa. Tarjotaan vaihtoehtoja, tiedustellaan innokkuutta ja kerätään ilmoittautumiset esimerkiksi Lyyti-palvelun avulla.
- Aktivoidaan jäseniä mukaan yhteiseen vapaa-ajantoimintaan perustamalla viikoittainen liikuntavuoro. Tähän yhteyshenkilö talon puolesta tai aktivoidaan joku jäsenistä ottamaan vetovastuu ja tuetaan sisäisessä tiedottamisessa. Tehdään lajikokeiluja. Lähdetään yhdessä golfaamaan tai järjestetään Werstaan omat olympialaiset.
- Lounasetu jäsenille tiettyyn paikkaan. Näin tuodaan jäsenet todennäköisemmin yhteen lounaan ajaksi.

Tämän portaalan kehitysehdotuksista hyötyvät myös yhteisön vähemmän aktiiviset jäsenet. Tieto muista tiloissa työskentelevistä edistää sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteistyön muodostumista. Tuotteiden ja palveluiden hankinta yhteisön sisältä helpottuu tietoisuuden kasvaessa. Yhteisöllisyys synnyttää sosiaalista pääomaa, joka vahvistaa yhteisön toimintaa, vastavuoroisuutta, luottamusta ja verkostoitumista. Näin hyvinvointi, terveys, oppiminen ja tuloksellisuus lisääntyvät.

2. Luodaan verkosto

Kun ihmiset ovat tulleet toisilleen tutuiksi, etsitään yhteisöstä aktiiviset toimijat. Luodaan sisäisen suosittelun verkosto. Tässä olennaista on, että löydetään oikeat ihmiset, joilla on halu olla yhteisön toiminnassa mukana. Käytetään verkoston luomisessa olemassa olevaa BNI-rakennetta ja muodostetaan BNI Werstas.

BNI on suositusorganisaatio, jonka toiminta perustuu muiden ryhmän jäsenten suosituksiin. Yrittäjät siis suosittelevat muiden ryhmäläisten tarjoamia palveluja omille verkostoilleen. BNI-verkoston toimintaa kuvataan bni.fi -verkkosivuilla (2017) seuraavasti:

Haluatko mukaan verkostoon, joka tarjoaa Sinulle ja yrityksellesi kymmeniä uusia kontakteja ja tätä kautta mahdollisuuden kasvattaa myös omaa liiketoimintaa? BNI-ryhmät tarjoavat tähän positiivisen, yrittäjähenkisen ja aidosti liiketoiminnan kehittämiseen orientoituneen yhteisön. Toimintamme perustuu keskinäiseen luottamukseen, jonka pohjalta BNI:n liikekumppanit suosittelevat Sinua ja yritystäsi omissa asiakasverkostoissaan. Nämä suositukset voivat tuottaa Sinulle vuositasolla todella merkittävän määrän uusia asiakaskontakteja, jotka kasvattavat myös liiketoimintaasi.

Werstaan BNI-tiimin kasaaminen aloitetaan kutsumalla BNI-verkoston edustaja kertomaan toiminnasta ja auttamaan toiminta alkuun. Etsitään yksi ihminen kasaamaan uutta tiimiä eli toimimaan konsulttina.

Tämän portaan kehitysehdotuksista hyötyvät yhteisön aktiivisimmat jäsenet, jotka ovat kiinnostuneita hyödyntämään Werstaassa toimivaa yhteisöä liiketoimintansa ja oman osaamisensa kasvattamiseksi. BNI-ryhmän toiminta tuottaa näkyvyyttä, uskottavuutta ja tuottavuutta kaikille ryhmässä oleville.

3. Yhteisö on muodostunut ja pyörittää itse itseään

Yhteisö on muodostunut. Verkosto pyörittää itse itseään. On syntynyt tunne jäsenyydestä ja jäsenillä on halu toimia aktiivisesti koko yhteisön hyväksi samalla hyötyen itse. Jäsenet kasvattavat verkostoa jatkuvasti omilla kontakteillaan. BNI-ryhmän toiminta nostaa koko yhteisön imagoa. Yhteisö tuottaa lisäarvoa toimitiloille, sillä olennaista toimitilojen valinnassa on millaisen yhteisön mielikuvaan ihmiset haluavat kiinnittyä ja miten se mahdollisesti tukee omaa työtä. On saavutettu tilanne, jossa yhteisöllisyys on muutettu liiketoiminnaksi niin, että se synnyttää kauppaa.

5 YHTEENVETO

Coworking-tilat ovat yleistyneet nopeasti ja uusia syntyy jatkuvasti. Ymmärtämällä, mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea on tilaa vuokraavan yrityksen mahdollista lisätä kilpailuetuaan. Uusimmat tutkimukset osoittavat, että yhteisön rakentaminen on yksi tehokkaimmista kilpailukeinoista uusien jäsenten houkuttamiseksi coworking-tiloihin.

Coworking-tilojen yhteisöllisyys perustuu jaettuun työtilaan, joka johtaa johtaa ihmiset huolehtimaan yhteisistä tilaan liittyvistä asioista. Työtilojen yhteisöllisyyteen liittyy olennaisesti sosiaalinen ulottuvuus, sillä tiloissa vietetään kahvihetkiä, ruokaillaan ja jutellaan työn ja arjen asioista. Jäsenet osallistuvat myös tiloissa järjestettyihin tapahtumiin ja liittyvät yhteisiin suljettuihin ryhmiin. Toiset kokevat tunnetta jäsenyydestä, jakavat yhteisiä arvoja ja tuntevat yhteenkuuluvuutta esimerkiksi yrittäjinä. Lisäksi jäsenet kiinnittyvät työtilayhteisön mielikuvaan ja osallistuvat näin työtilassa toimivan brändin rakentamiseen. Coworking-tiloissa tehdään myös yhteistyötä, löydetään uusia asiakkaita ja hyödynnetään yhteisön osaamista oman ammattitaidon kasvattamiseksi.

Työtiloissa tapahtuvaa yhteisöllisyyttä voidaan tukea erilaisten organisatoristen alustojen ja materiaalien suunnittelupiirteiden avulla. Tilan ja huonekalujen asettelu, sekä kommunikaatioapuvälineet voivat johtaa sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Sosiaalisesta verkostosta huolehtimaan ja synergiaa jäsenten välillä tunnistamaan voidaan palkata henkilöitä toimimaan hosteina. Myös työtilaan liitetyillä mielikuvilla on merkitystä yhteisön muodostumisen kannalta, sillä tiloissa toimiva ja jopa alueellinen yhteisö vaikuttavat siihen, millaisen yhteisön mielikuvaan halutaan kiinnittyä oman työn tukemiseksi.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä coworking-tiloissa tapahtuvalla yhteisöllisyydellä tarkoitetaan ja miten yhteisöllisyyden muodostumista voidaan tukea. Tavoitteeseen päästiin perehtymällä olemassa olevaan tutkimustietoon ja tekemällä teemahaastatteluja coworking-tila Werstaan jäsenille. Lisäksi tutkimustietoa ja haastattelutuloksia hyödyntäen laadittiin Werstaalle kehitysehdotuksia, joita käyttöönottamalla se voi tukea yhteisöllisyyden muodostumista. Tärkeimmät toimenpiteet olivat ihmisten tekeminen toisilleen tutuiksi materiaalisia suunnittelupiirteitä ja organisatorisia alustoja hyödyntäen, sekä verkoston luominen olemassa olevaa BNI-rakennetta käyttäen.

Eri työtilat eroavat toisistaan hyvinkin paljon ja näin luonnollisesti myös niissä tapahtuvassa yhteisöllisyydessä on eroavaisuuksia. Tämä tuo haasteita työstä saatujen tulosten yleistettävyyteen. Huomioitavaa on, että tässä opinnäytetyössä on tarkasteltu co-working-tiloja yleisellä tasolla eikä ole yksilöity eroja esimerkiksi tilojen koossa, erikoistumisessa tai hallintorakenteessa, jotka vaikuttavat olennaisesti tiloissa toimivan yhteisön dynamiikkaan. Haastatteluista saatuja tuloksia voidaan hyödyntää ensisijaisesti Werstaassa ja Werstaan kaltaisissa ylhäältä alaspäin hallinnoiduissa toimistohotellimaisissa coworking-tiloissa.

Opinnäytetyön aikana ilmenneitä jatkotutkimusaiheita ovat tiedottaminen yhteisöllistämisen tukena ja yhteistyöverkoston rakentaminen coworking-tiloissa. Ajankohtaisuudessaan aihepiiri tarjoaa hyvän lähtökohdan ylemmän AMK-tutkinnon suorittamiselle tulevaisuudessa.

Lopuksi todettakoon, että coworking-tilat voivat luoda toimivat rakenteet ja edellytykset työtiloissa tapahtuvalle yhteisöllisyydelle, mutta tahtotila yhteisöön kiinnittymisestä täytyy löytyä jäsenistä itsestään. Marko Mäenpää, toinen Werstaan hosteista kiteyttää:

Kaikkihan tuo on henkilöistä kiinni loppujenlopuks. Niin meistä ketä meistä tähän lyödään ja ketä, minkälaisia asiakkaat sattuu olemaan ja mistä löytyy se yks henkilö, joka sytyttää kipinöi sen kaiken tulen loppujenlopuks.

LÄHTEET

BNI Finland. Tietoa BNI:stä. Viitattu 16.5.2017. www.bni.fi > Tietoa BNI:stä.

Capdevila, I. 2013. Knowledge dynamics in localized communities: coworking spaces as micro-clusters. HEC Montréal.

Coworkers Survey 2016. Viitattu 15.4.2017. Coworkies Blog. Saatavilla osoitteessa: <http://blog.coworkies.com/thecoworkerssurvey2016/>

Deguzman, G. 2011. Home Office, Coffee Shop, or Coworking Space? A comparison. Viitattu 16.4.2017. Deskmag. Saatavilla osoitteessa: <http://www.deskmag.com/en/home-office-coffee-shop-or-coworking-space-a-comparison-167>

Gandini, A. 2015. The rise of coworking spaces: a literature review. Ephemera: Theory and Politics in Organization.

Global Coworking Survey 2016. Deskmag and SocialWorkplaces.com. Saatavilla osoitteessa <http://coworkingeurope.net/2015/11/20/the-global-coworking-survey-2015/>

Global Coworking Survey 2017. Deskmag and SocialWorkplaces.com. Ladattavissa osoitteesta: <https://socialworkplaces.com/global-coworking-survey-2017-data/>

Houni, P. & Ansio, H. 2015a. Duunia kimpassa. Yhteisölliset työtilat Helsingissä. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.

Houni, P. & Ansio, H. 2015b. Yhteisölliset työtilat kipinöivät kaupunkikulttuurissa. Viitattu 20.3.2017. Kvartti verkkolehti, Helsingin kaupungin tietokeskus. Saatavilla osoitteessa: <http://www.kvartti.fi/fi/artikkelit/yhteisolliset-tyotilat-kipinoivat-kaupunkikulttuurissa>

Houni, P. & Jakonen, M. 2015. Yhteisölliset työtilat: hyvän työn elementit eilen ja tänään. Tekes HYVE 2020. Työ, yhteisöllisyys ja kestävä kehitys.

Kangaspunta S. 2011. Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Lampinen, M-S.; Viitanen, E. & Konu, A. Systemaattinen kirjallisuuskatsaus yhteisöllisyydestä työelämässä. . Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti 2013: 50 71-86.

Lehtonen, H. 1990. Yhteisö. Tampere: Vastapaino.

Lappalainen, O. & Pieniniemi, M. 2016. Yhteisölliset työtilat ja työtila-aktivismi. Kaupunkiaktivismi kaupunkien voimavarana –ryhmätyö. Helsingin yliopisto.

Manka, M-L. & Larjovuori, R-L. 2013. Yhteisöllisyydellä menestykseen – opas työpaikan sosiaalisen pääoman kehittämiseen. Tampereen yliopiston Johtamiskorkeakoulun Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos & Kuntoutussäätiö.

Moriset, B. 2013. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. University of Lyon.

Ojasalo K.; Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro.

Paasivaara, L. & Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Helsinki: Kirjapaja.

Petch, Z. 2011. The urban planner's guide to coworking: a case study of Toronto, Ontario. Bachelor of Civil Engineering, McMaster University.

Potts, J. & Waters-Lynch, J. 2016. The Social Economy of Coworking Spaces: A Focal Point Model of Coordination. RMIT University.

Spinuzzi, C. 2012. Working Alone, Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. University of Texas at Austin. Published in Journal of Business and Technical Communication 26(4), (2012).

Sundell, O. 2015. Mitä coworking on ja miten se eroaa perinteisestä toimistohotellista? Viitattu 5.4.2017. HUB13. Saatavilla osoitteessa: <http://www.hub13.fi/mita-coworking-on-ja-miten-se-poikkeaa-perinteisesta-toimistohotellista/>

Van den Broek, E. 2011. The coworking pyramid of needs. Viitattu 2.3.2017. Deskmag. Saatavilla osoitteessa: <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-pyramid-of-needs-202>

Waters-Lynch, J.; Potts, J.; Butcher, T.; Dodson, J & Hurley, J. 2016. Coworking: A Transdisciplinary Overview. Australia: RMIT University.